

Model Orientasi Kewirausahaan dalam Mendukung Pengentasan Kemiskinan dan Pengangguran di Perdesaan
Munadjat., Muhammad Tasrif., Kartib Bayu

MODEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MENDUKUNG PENGENTASAN KEMISKINAN DAN PENGANGGURAN DI PERDESAAN

Munadjat Wardoyo, Muhammad Tasrif dan Kartib Bayu
Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan
Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganesa 10 Bandung 40132
E-mail: munadjat@sappk.itb.ac.id

ABSTRAK, Semakin banyaknya pengangguran dan kemiskinan, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan berjalan dengan baik jika ditunjang oleh wirausahawan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Oleh karena itu wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Kenyataan yang dihadapi bahwa jumlah wirausaha Indonesia masih sedikit dan mutunya masih rendah, sehingga pembangunan wirausaha merupakan persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai orientasi kewirausahaan yang dimiliki untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Memperoleh gambaran mengenai kerelasiaan antara pengusaha dengan pembeli untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Memperoleh gambaran mengenai kerelasiaan antara pengusaha dengan pemasok untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Memperoleh gambaran mengenai kerelasiaan antara pengusaha dengan produk komplementer untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Memperoleh gambaran mengenai kinerja bisnis yang mampu untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Mengetahui pengaruh kewirausahaan terhadap kerelasiaan dengan pembeli, kerelasiaan dengan pemasok, dan kerelasiaan dengan produk komplementer. Mengetahui pengaruh kerelasiaan dengan pembeli, kerelasiaan dengan pemasok, dan kerelasiaan dengan produk komplementer terhadap kinerja bisnis untuk mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Penelitian menggunakan Metode *deskriptif* (*descriptive research*), dan *verifikatif* (*verificative research*). Unit analisis adalah para pengusaha kecil dan menengah yang ada di daerah pedesaan. Penentuan lokasi sampel dilakukan dengan cluster random sampling. Komoditi usaha yang dijadikan sampel di Kabupaten Garut yaitu usaha keajinan kulit, kerajinan tenun, dan usaha dodol. Sedangkan di Kabupaten Sukabumi adalah usaha kerajinan batu mulia, sparpark kendaraan bermotor, pengolahan ikan asin dan usaha kripik. Hasil sementara pelaksanaan penelitian pada tahun pertama dapat dijelaskan sebagai berikut. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kerelasiaan dengan pembeli, kerelasiaan dengan pemasok, dan kerelasiaan dengan produk komplementer Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Namun orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang paling tinggi adalah terhadap kerelasiaan dengan produk komplementer, yaitu sebesar 0.91 atau dengan kontribusi 82%. Sementara besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kerelasiaan dengan pembeli hanya sebesar 0.87 atau dengan kontribusi 75% dan besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kerelasiaan dengan pemasok hanya sebesar 0.90 atau dengan kontribusi sebesar 81%. Sehingga semakin meningkat/baik orientasi kewirausahaan Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi maka akan semakin meningkatkan tingkat kerelasiaan dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Kerelasiaan dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer secara simultan berpengaruh terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 81% dengan arah positif. Secara parsial kerelasiaan dengan produk komplementer dominan mempengaruhi kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, dibandingkan dengan faktor kerelasiaan dengan pembeli dan kerelasiaan dengan pemasok. Sehingga dengan melihat dari dominasi pengaruh kerelasiaan dengan produk komplementer maka semakin baik kerelasiaan dengan produk komplementer maka akan mengakibatkan meningkatnya kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Kerelaisan dengan Pembeli, Pemasok, Produk Komplementer, Kinerja Bisnis, Kemiskinan, Pengangguran.

ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION MODEL IN SUPPORTING AND UNEMPLOYMENT POVERTY ALLEVIATION IN RURAL AREA

ABSTRACT, The increasing number of unemployment and poverty is in line with the importance of entrepreneurship. The development will go well when supported by entrepreneurs because of the limited capabilities the government. Therefore, entrepreneurship has become big potentials for the development, both in terms of number and quality. Yet, the fact is that both the number and the quality of entrepreneurs in Indonesia are still low, placing entrepreneurship development as an urgent issue for the success of the national development. This study aims to gain an overview of the entrepreneurial orientation in order to reduce unemployment and eradicate poverty, to obtain an overview of relations between entrepreneurs and buyers; between entrepreneurs and suppliers; between entrepreneurs and complementary products in reducing unemployment and poverty, and to get an overview of business performance that is able to reduce unemployment and poverty. It also aims to find out the influence of entrepreneurship on relations with buyers, suppliers, and complementary products; the influence of the relations with buyers, suppliers, and complementary products to business performance in order to reduce unemployment and poverty. The study uses a descriptive and verificative methods. The unit of analysis is the small-scale and middle-scale entrepreneurs in rural areas. The determination of the location was done by cluster random sampling. The sample of business commodity is obtained from Garut, i.e. leather handicraft, weaving handicraft, and dodol (sticky cakes) businesses, and from Sukabumi, i.e. businesses in

gem handicraft, motor spare parts, salted fish processing and chips. The tentative result of the research implementation for the first year can be explained as follows. Entrepreneurship orientation has an effect on the relations with buyers, suppliers, and complementary products of the entrepreneurs in Garut and Sukabumi. Yet, the entrepreneurial orientation has the highest effect on its relation with complementary products, that is equal to 0.91, a contribution of 82%. The effect of entrepreneurial orientation on the relation with buyers is 0.87 or a contribution of 75%, and the effect of the entrepreneurial orientation on the relation with suppliers is 0.90 or a contribution of 81%. Thus, the higher the entrepreneurs' entrepreneurial orientation in Garut and Sukabumi, the higher the level of relations with buyers, suppliers, and complementary products. These relations with buyers, suppliers, and complementary products simultaneously affect the business performance of the entrepreneurs in Garut and Sukabumi. The effect is at 81% with a positive direction. Partially the relation with complementary products shows greater influence to business performance of the entrepreneurs in Garut and Sukabumi, compared to those with buyers and suppliers. Thus, in term of the dominant effect, the relation with the complementary products showed the entrepreneurs' higher increase in the business performance in Garut and Sukabumi.

Keywords: entrepreneurial orientation, relations with buyers, suppliers, complementary products, business performance

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran dan kemiskinan masih merupakan masalah besar yang di hadapi bangsa Indonesia sekarang ini dan beberapa tahun ke depan. Tingkat pengangguran meloncat dari 6,08% tahun 2000 menjadi 9,86% tahun 2004, dan terus naik menjadi 10,4% tahun 2006. Baru mulai tahun 2007 terjadi sedikit penurunan. Jumlah penganggur turun dari 10,55 juta orang (9,7%) tahun 2007 menjadi 9,43 juta orang (8,5%) tahun 2008 dan menjadi 9,26 juta orang (8,1%) tahun 2009. Demikian juga jumlah penduduk miskin sedikit menurun dari 37,2 juta orang (16,6%) tahun 2007 menjadi 35 juta orang (15,4%) tahun 2008 dan menjadi 32,5 juta orang (14,2%) dalam tahun 2009. Disamping itu, angkatan kerja baru terus bertambah sekitar 2 juta orang setiap tahun.

Selain angkatan kerja yang terus bertambah, krisis moneter yang melanda hampir seluruh dunia, berdampak keras terhadap perekonomian Indonesia. Banyak perusahaan yang bangkrut, para pekerja diberhentikan. Jumlah penganggur bertambah secara drastis. Para pengusaha mengalami kemelut sejak akhir tahun 1998, yang masih terasa akibatnya seiring dengan krisis global akhir tahun 2008. Akibat krisis global ini terhadap penambahan pengangguran di Indonesia terjadi melalui beberapa jalur. Pertama, krisis global menurunkan daya beli negara maju yang mengakibatkan penurunan impor negara tersebut. Akibatnya ekspor Indonesia ke negara maju tersebut menurun drastis. Perusahaan-perusahaan Indonesia yang berorientasi ekspor mengurangi pegawai atau melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK).

Kedua, dunia usaha di negara maju kekurangan likuiditas sehingga mereka menarik sejumlah dana mereka dalam bentuk saham pasar modal dari Indonesia. Dana investasi di Indonesia akan berkurang dan berdampak pada pengurangan kegiatan dunia usaha dan pengurangan pekerja atau PHK. Ketiga, daya beli masyarakat juga terus menurun mengakibatkan pasar menjadi lesu, dan selanjutnya dunia usaha terpaksa menurunkan produksi dan mengakibatkan PHK yang menambah jumlah barisan pengangguran.

Keempat, sebagian TKI yang bekerja di luar negeri mengalami PHK dan kembali ke Indonesia, terutama dari negara yang perekonomiannya didominasi ekspor yaitu Malaysia, Taiwan dan Korea Selatan. Mereka juga

membuat jumlah barisan pengangguran di Indonesia menjadi semakin meningkat.

Mulai awal tahun 2015, Indonesia menghadapi tantangan yang sangat luar biasa akibat pemberlakuan pasar bebas ASEAN dan Cina (masyarakat ekonomi Asean) yang membuka pintu Indonesia menjadi pemasaran barang produk negara anggota ASEAN dan Cina. Terutama barang produk Cina yang dalam beberapa tahun terakhir ini sudah melanda pasar Indonesia, yang dengan kualitas lebih bagus dapat dijual sekitar 20 persen lebih rendah dari produk Indonesia. Ini akan membawa dampak besar terhadap penurunan produksi barang dan tambahan barisan pengangguran di Indonesia. Peningkatan jumlah penganggur tersebut sangat rentan terhadap stabilitas keamanan nasional:

- PHK dalam jumlah besar cenderung menimbulkan perselisihan dan gejolak hubungan industrial, bukan hanya dalam bentuk intensitas perundingan dan Pengadilan Hubungan Industrial akan tetapi juga dalam bentuk pemogokan, demonstrasi dan perusakan.
- Pengembalian TKI dalam jumlah besar dari luar negeri dapat menimbulkan banyak masalah, mulai dari masalah penyediaan penampungan sementara di luar negeri, pengurusan hak-hak TKI, penyediaan transportasi, penampungan sementara di dalam negeri, pemulangan ke tempat asal, sampai masalah mencari pekerjaan mereka di tempat asal. Mereka yang tidak puas atas pelayanan pemerintah, dapat menimbulkan masalah sosial atau gangguan keamanan
- Sebagian besar dari sekitar 10 juta penganggur yang ada sudah menganggur lebih dari dua tahun.

Dengan tambahan jumlah penganggur dari yang kena PHK dan kembali dari luar negeri serta tambahan sekitar dua juta angkatan kerja baru, penganggur lama akan semakin frustrasi karena merasa kesempatan mereka memperoleh pekerjaan menjadi semakin tipis. Mereka akan lebih mudah bertindak emosional sehingga dapat mengganggu keamanan umum.

Dalam kondisi seperti itu, Pemerintah Kabinet Bersatu Jilid II masih merencanakan menurunkan tingkat pengangguran menjadi sekitar 5 persen dan tingkat kemiskinan menjadi sekitar 8 persen dalam tahun 2014. Pemerintah juga telah menargetkan pertumbuhan ekonomi 7 persen setiap tahun. Dengan mengandalkan pertumbuhan tersebut saja dikhawatirkan masalah

pengangguran dan kemiskinan sulit diatasi dan sasaran pemerintah sulit diwujudkan. Oleh sebab itu, mengatasi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia untuk 5-10 tahun ke depan haruslah melalui penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk kerja mandiri, usaha keluarga atau usaha kecil.

Pemerintah telah merencanakan menurunkan tingkat pengangguran menjadi sekitar 5% dan tingkat kemiskinan menjadi sekitar 8% pada tahun 2014. Pemerintah juga telah menargetkan pertumbuhan ekonomi 7% setiap tahun. Dengan mengandalkan pertumbuhan tersebut saja dikhawatirkan masalah pengangguran dan kemiskinan sulit diatasi dan sasaran pemerintah sulit diwujudkan. Oleh sebab itu, mengatasi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia perlu diarahkan melalui penciptaan kesempatan kerja langsung dalam bentuk penumbuhan wirausaha baru, baik usaha keluarga dan atau usaha kecil. Berbagai program untuk mencapai target dan sasaran di atas pemerintah melalui kementerian dan Badan meluncurkan program untuk mengurangi pengangguran. Hanya saja dari berbagai program tersebut sampai saat ini masih belum menampakkan keberhasilan yang signifikan dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Berdasarkan fenomena di atas, model Potensi Perluasan Kesempatan Kerja untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan perlu dikembangkan. Dengan dikembangkan pelbagai potensi perluasan kesempatan kerja, diharapkan skala dapat menciptakan lapangan kerja yang dapat menyerap tenaga kerja yang pada gilirannya dapat membantu guna menangulangi kemiskinan.

Akibat semakin banyaknya yang menganggur, semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih mantap jika ditunjang oleh wirausahawan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat membutuhkan anggaran belanja, personalia dan pengawasannya (Buchari Alma, 2006). Oleh karena itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Kita sekarang menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausaha Indonesia masih sedikit dan mutunya masih rendah, sehingga pembangunan wirausaha merupakan persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan.

Sekarang ini banyak anak muda mulai tertarik dan melirik profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan. Diawali dengan para sarjana dan diploma lulusan perguruan tinggi, yang sudah mulai terjun ke pekerjaan bidang bisnis. Kaum remaja sekarang dengan latar belakang profesi orang tua yang beraneka ragam, mulai mengarahkan pandangannya ke bidang bisnis. Hal ini didorong kondisi persaingan di antara para pencari kerja yang mulai ketat, lowongan pekerjaan mulai terasa sempit. Posisi pegawai negeri dirasakan mulai kurang menarik. Karena itu orientasi kewirausahaan perlu ditanamkan pada para pemuda yang siap untuk menjadi pengusaha, serta ditanamkan kemampuan untuk membangun kerelaisan dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer agar mampu meningkatkan agar mampu meningkatkan kinerja bisnis yang akhirnya kemiskinan dan pengangguran menjadi berkurang.

KERANGKA TEORITIS

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu pandangan dari para pengusaha untuk meningkatkan bisnisnya, sehingga agar kinerja bisnis meningkat, maka para pengusaha tentu melihat peluang apa yang harus dimanfaatkan. Peluang tersebut dapat berupa kerjasama/ membangun kerelasian, baik dengan pemasok, pembeli, maupun produk komplementer. Karena dengan melakukan kerelasian, maka dapat meningkatkan nilai tambah yang berarti.

Praktek manajemen rantai pasokan dari perspektif pertumbuhan bisnis. Dalam pandangannya setiap perusahaan kecil komponen otomotif perlu menentukan *where to compete* (posisi relatif terhadap pesaing di dalam supply chain) dan *how to compete* (fokus strategi). Paul Hong dan Jungsik Jeong (2006) dalam mendefinisikan karakteristik perusahaan kecil didalam konteks *supply chain management* menggunakan dua dimensi, yaitu: (1) Fokus strategis; dan (2) Posisi kerelasian rantai pasokan. Kapasitas absorptif suatu perusahaan mempengaruhi berbagi knowledge baik dengan konsumen maupun dengan pemasok serta mempengaruhi kemampuan inovasi perusahaan tersebut. Lingkungan industri (pesaing, konsumen, substitusi, pemasok) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja non finansial. Ikatan kuat dengan pemasok dan pembeli meningkatkan *overall supply chain performance* dalam reliabilitas kinerja. Tingkat kolaborasi dengan pemasok yang lebih tinggi mengakibatkan tingkat inovasi produsen menjadi lebih tinggi. Takehiko Isobe menekankan bahwa kapasitas (*interfirm collaboration*) untuk eksploitasi yang lebih besar, kemampuan perusahaan meningkatkan efisiensi operasionalnya lebih besar, dan kapasitas (*interfirm collaboration*) untuk eksplorasi yang lebih besar, kemampuan perusahaan meningkatkan kinerja strategiknya lebih besar. Lebih tinggi perilaku kolaborasi mitra dalam kerelasian pemasok-pembeli, lebih baik kinerja perusahaan. Pertukaran informasi dan kolaborasi struktural dengan pemasok dan konsumen berpengaruh terhadap perbaikan kinerja secara positif.

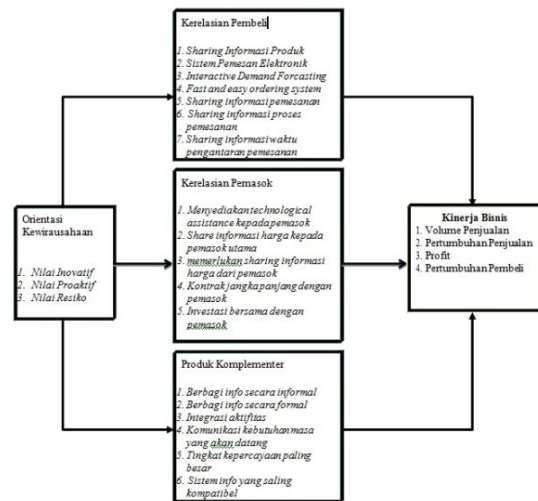
Penelitian tentang pengaruh kerelasian antara produsen dengan pemasok dan pembeli terhadap kinerja bisnis. Evaluasi kinerja perusahaan dalam rantai pasokan menyimpulkan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi oleh adanya komunikasi dengan konsumen baik komunikasi tidak langsung, formal maupun komunikasi umpan balik. Komunikasi antara produsen dengan pembeli dan pemasok berdampak pada adanya informasi yang dapat dimanfaatkan oleh kedua pihak. Hubungan antara kinerja *supply chain* dan derajat ikatan diantara pemasok, integrasi internal, dan konsumen. Ikatan dengan pemasok, konsumen serta internal yang kuat akan meningkatkan kinerja rantai pasokan, yaitu *cost-containment* yang rendah dan reliabilitas kinerja yang tinggi. Dalam pandangannya kerelasian dengan konsumen meliputi: Sharing informasi produk, sistem pemesanan secara elektronik, peramalan kebutuhan masa depan secara interaktif, sistem pemesanan yang cepat dan mudah, sharing informasi jadwal pemesanan, sharing informasi proses pemesanan, sharing informasi waktu

pengantaran pemesanan. Lingkungan industri (pesaing, konsumen, substitusi, pemasok) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja non finansial. Kapasitas kolaborasi antar perusahaan (*interfirm collaboration*) untuk eksploitasi yang lebih besar, memberi kemampuan perusahaan meningkatkan efisiensi operasionalnya lebih besar, dan kapasitas kolaborasi antar perusahaan (*interfirm collaboration*) untuk eksplorasi yang lebih besar, berakibat pada kemampuan perusahaan meningkatkan kinerja strategiknya lebih besar. Tingkat kolaborasi dengan pemasok yang lebih tinggi mengakibatkan (a) biaya pembelian pembeli menjadi lebih rendah (b) kinerja ekonomi pembeli menjadi lebih tinggi. *Inter-Frm Cooperation* baik vertikal maupun horisontal berpengaruh terhadap Production. Kerelasiaan dengan pemasok meliputi: menyediakan technological assistance kepada pemasok, memberikan (*share*) informasi harga kepada pemasok utama, memerlukan sharing informasi harga dari pemasok, membuat kontrak jangka panjang dengan pemasok dan investasi bersama (*joint investment*) dengan pemasok.

Lingkungan mempengaruhi kinerja pertukaran relasional antara perusahaan dan pemasoknya. Pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap kinerja perusahaan. Dalam ketidakpastian lingkungan teknologi yang tinggi, perusahaan yang melakukan pertukaran relasional dengan pemasok akan mendapatkan benefit berupa kinerja pembelian, kinerja produksi (barang dan jasa) dan produksi knowledge. Sebaiknya dalam ketidakpastian lingkungan teknologi yang rendah, perusahaan hanya mendapatkan benefit berupa produksi knowledge. Dalam ketidakpastian teknologi dan sumber daya perusahaan, kerelasiaan juga berpengaruh terhadap perbaikan produksi perusahaan baik produk maupun knowledge.

Program peningkatan produktifitas, program komputerisasi, program perbaikan kinerja, *program requisite skill* berpengaruh terhadap *quality, cost, speed delivery, on time delivery, new product dan product variety*. Strategi manufakturing infrastruktur (manajemen manusia dan kepemimpinan) dan strategi manufakturing struktural (manajemen teknologi dan R & D) berpengaruh terhadap kinerja inovasi produk dan proses. Perusahaan yang melakukan penyesuaian spesifik terhadap kebutuhan konsumen (*customer-specific adaptations*) berpengaruh terhadap fungsi-fungsi penciptaan nilai langsung (*Direct value creating functions*) seperti fungsi profit dan pencapaian volume penjualan dan fungsi-fungsi penciptaan nilai tidak langsung (*Indirect value creating functions*) seperti fungsi fungsi inovasi. Pengembangan kompetensi perusahaan berkorelasi secara positif dengan kinerja subjektif. Variasi struktur proses pembuatan keputusan (*manufacturer dominated, sipllier dominated, balanced*) berpengaruh terhadap kinerja masing-masing mitra dalam hubungan kolaboratif strategis.

Berlandaskan pada kerangka proses berpikir yang telah disusun, maka dibuatlah kerangka konseptual. Didalam kerangka konseptual ini disusun posisi masing masing variabel, apakah berkedudukan sebagai *variabel eksogen, variabel intervening,*



Gambar 1. Koseptual Orientasi Kewirausahaan

dan *variabel endogen*. Dengan mengacu pada studi teoritik dan empirik yang sudah dilakukan, maka dapat diketahui berapa banyak hipotesis yang harus disusun, variabel dan indikator yang terkandung dalam masing-masing hipotesis serta bagaimana hubungan pengaruh antar variabelnya. Berdasarkan uraian tersebut diatas, dapat disusun paradigma penelitian yang menggambarkan hubungan pengaruh antar variabel dan indikator dalam penelitian ini digambarkan pada gambar halaman berikut:

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kerelasiaan Pembeli, Kerelasiaan Pemasok, dan Kerelasiaan Produk Komplementer pada Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh orientasi kewirausahaan secara parsial terhadap kerelasiaan dengan pembeli, kerelasiaan dengan pemasok, dan kerelasiaan dengan produk komplementer pada Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Adapun besar pengaruhnya orientasi kewirausahaan terhadap kerelasiaan pembeli adalah sebesar 0.87 atau dengan kontribusi sebesar 75% dengan arah yang positif dimana semakin baik kewirausahaan Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, maka semakin akan meningkat kerelasiaan dengan pembelinya. Hasil pengujian ini sejalan dengan Madhousi *at.al* (2011:310) Kewirausahaan merupakan suatu proses, praktis, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah pada sesuatu yang baru, dengan dimensi dari kewirausahaan adalah inovasi, mengambil resiko, proaktif, agresivitas persaingan, dan otonomi. Berdasarkan pada pengertian tersebut jelas bahwa kewirausahaan harus memiliki inovasi dalam menjalankan bisnisnya seperti inovasi dalam menciptakan nilai bagi pelanggan baik secara produk maupun non produk, inovasi dalam menemukan pasar baru. Kemudian disamping inovasi juga diperlukan juga proaktif dari para pelaku bisnis seperti proaktif dalam mengenalkan produk baru, proaktif dalam mengenalkan pelayanan baru, serta proaktif dalam membangun kerelasiaan dengan pelanggan. Sehingga

jelas dalam hal ini kerelasiaan dengan pelanggan akan sangat dipengaruhi oleh kewirausahaan terutama dalam hal tingkat inovasi dan proaktif.

Kemudian besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kerelasiaan dengan pemasok pada Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi adalah sebesar 0.90 atau dengan kontribusi sebesar 81% dengan arah yang positif dimana semakin baik kewirausahaan Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, maka semakin akan meningkatkan kerelasiaan dengan pemasoknya. Hasil pengujian ini sejalan juga dengan pendapat Dess, *et.al*, (1999), Kewirausahaan korporasi (Corporate Entrepreneurship) proses dari dua jenis masalah yaitu, (1) mewujudkan perdagangan/perniagaan baru dalam organisasi yang sudah ada melalui inovasi internal maupun kerjasama, (2) perubahan bentuk organisasi melalui pembaharuan strategi, seperti penciptaan kekayaan baru melalui sumber-sumber yang tersedia. Mengacu pada proses pertama di atas bahwa kewirausahaan dapat mewujudkan perdagangan baru dalam menjalankan bisnisnya, hal ini dengan adanya proses inovasi baik secara internal maupun eksternal. Inovasi secara eksternal dalam hal ini jelas dapat diwujudkan pula dengan membangun kerelasiaan dengan supplier atau pemasok. Sehingga jelas dalam hal bahwa kewirausahaan yang memiliki inovasi secara eksternal akan berpengaruh pada kerelasiaan dengan pemasok.

Demikian juga besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kerelasiaan dengan produk komplementer pada Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi adalah sebesar 0.91 atau dengan kontribusi sebesar 82% dengan arah yang positif dimana semakin baik kewirausahaan Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi maka semakin akan meningkatkan kerelasiaan dengan produk komplementernya. Namun orientasi kewirausahaan pada Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi memiliki pengaruh yang paling besar adalah terhadap kerelasiaan produk komplementernya dengan kontribusi mencapai 82%. Hasil pengujian ini juga sejalan dengan pendapat Spiegel, Benzion, and Shavit (2011:129) tujuan utama kerelasiaan produk komplementer adalah untuk mengembangkan produk yang lebih menarik serta mampu memberikan nilai tambah yang melebihi dari kedua produk asalnya. Karena konsumen akan melihat dua produk menjadi satu paket produk, dan mereka menganggap harga dua produk menjadi hanya satu harga dapat membeli satu paket dari produk tersebut, sehingga kelihatan lebih menarik. Sehingga dengan demikian kerelasiaan dengan produk komplementer akan sangat dipengaruhi oleh kewirausahaan, karena pengusaha dengan tidak memiliki kewirausahaan akan konservatif pada produknya sendiri.

Pengaruh Kerelasiaan Pembeli, Kerelasiaan Pemasok, dan Kerelasiaan Produk Komplementer terhadap Kinerja Bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kerelasiaan pembeli, kerelasiaan pemasok, dan kerelasiaan produk komplementer secara simultan terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut

dan Sukabumi. Adapun besar pengaruhnya secara simultan adalah 81% dengan arah yang positif dimana semakin baik/ meningkat kerelasiaan dengan pembeli, kerelasiaan dengan pemasok, dan kerelasiaan dengan produk komplementer maka semakin meningkat tingkat kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Hasil pengujian ini sejalan dengan yang pendapat dari Oyedijo, Idris, and Aiu (2012:132) mengenai kajian tentang kinerja bisnis adalah kajian tentang hubungan antara aktifitas pemasaran dengan kinerja bisnis. Sehingga berdasarkan pernyataan tersebut maka suatu perusahaan perlu memandang pemasaran sebagai suatu aktifitas yang terdiri dari tiga tahap yaitu proses input, proses bisnisnya dan hasil aktifitasnya. Dalam pandangan ini, kinerja mencakup beberapa hal yang berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, yaitu: input, perilaku-perilaku (proses), output, dan *outcome-outcome* (nilai tambah atau dampak). Sementara mengenai input, perilaku-perilaku (proses), *output*, dan *outcome-outcome* (nilai tambah atau dampak) yang tidak terpisahkan dapat diwujudkan dengan membangun kerelasiaan dengan pelanggan sebagai pasar, membangun kerelasiaan dengan pemasok sebagai sumber inputan suatu produk, serta membangun kerelasiaan dengan produk komplementer sebagai sumber dalam meningkatkan nilai tambah produk. Berdasarkan hal tersebut jelas bahwa secara simultan kerelasiaan dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer akan berpengaruh pada kinerja bisnis perusahaan.

Namun secara parsial hanya kerelasiaan dengan pembeli dan kerelasiaan dengan produk komplementer yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, yaitu dengan besar pengaruh kerelasiaan dengan pembeli sebesar 0,3 atau dengan kontribusi sebesar 24,3%, sementara besar pengaruh kerelasiaan dengan produk komplementer adalah sebesar 0.57 atau dengan kontribusi sebesar 50,16%. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa walaupun secara parsial Kerelasiaan dengan pemasok tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, dengan dominasi dari kerelasiaan dengan produk komplementer serta kerelasiaan dengan pembeli sehingga mampu memberi pengaruh secara simultan terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Sehingga berdasarkan hasil penelitian ini faktor kerelasiaan dengan produk komplementer lebih berpengaruh terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumidaripada kerelasiaan dengan pembeli dan pemasok. Hal pengujian ini sejalan dengan hasil kajian dari Imanipour, Rahimi, and Akhondi (2012:87-88) melakukan kajian terhadap industri manufaktur di Turki dan mendapatkan beberapa kesimpulan yang secara garis besar adalah bahwa tipe dari kerelasiaan-kerelasiaan *strategic partnerships* lebih tinggi daripada tipe kerelasiaan-kerelasiaan *captive* pemasok. Dimana kerelasiaan-kerelasiaan *captive* pemasok tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis perusahaan jika secara parsial, tetapi tipe kerelasiaan ini tetap memberikan

kontribusinya pada kinerja bisnis perusahaan pada saat bersama-sama dengan kerelasiaan dengan pembeli dan atau dengan kerelasiaan produk komplementer.

MODEL ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Model perluh persamaan SEM dengan menggunakan program LISREL 8.30 diperoleh dua model diagram lintasan, yaitu model *standardized* dan model *t-values*, masing-masing model seperti ditunjukkan pada Gambar berikut:

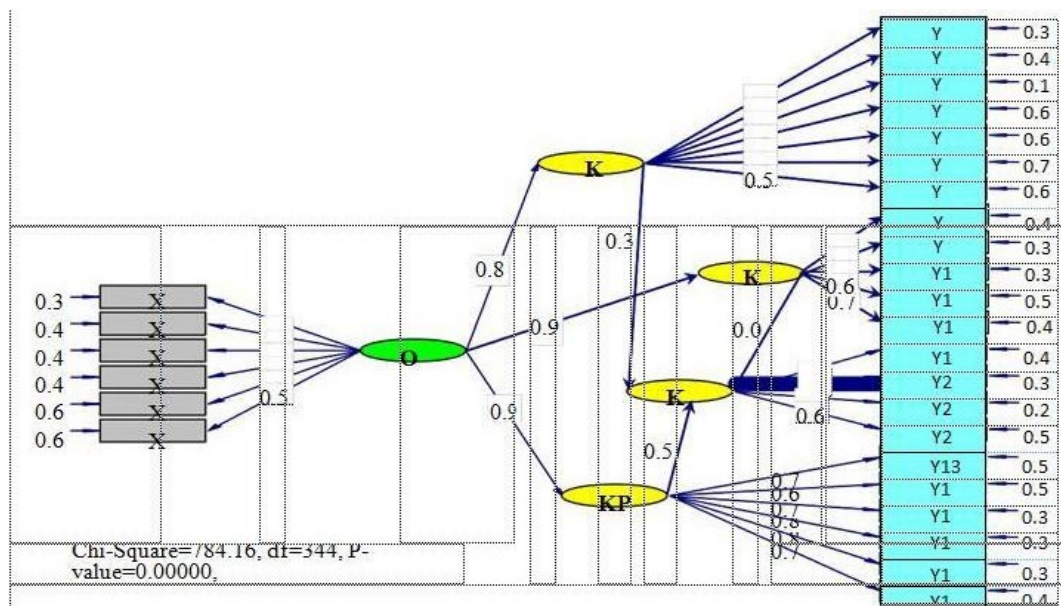
PEMBAHASAN

Pada umumnya orientasi kewirausahaan di Kabupaten Garut dan Sukabumi dalam rangka mengurangi pengangguran dan kemiskinan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketepatan menemukan pasar baru, ketepatan dalam menghindari kegagalan, kemampuan melakukan hubungan kemitraan, ketepatan dalam mengenalkan pelayanan baru, ketepatan dalam mengenalkan produk baru, kemampuan dalam membina hubungan kemitraan. Adapun faktor yang mendominasi kewirausahaan di Kabupaten Garut dan Sukabumi adalah ketepatan dalam menghindari kegagalan. Ketepatan dalam menghindari kegagalan menjadi fokus para wirasahaan dalam menjalankan bisnisnya. Pada umumnya faktor kerelasian dengan pembeli yang dilakukan pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dalam rangka mengurangi pengangguran dan kemiskinan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kerelasian dengan pembeli yang dilakukan para pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti Kelancaran pemesanan secara elektronik,

Informasi permintaan dari pembeli, sehingga perusahaan mudah melakukan peramalan permintaan, Pembeli dapat melakukan pemesanan dengan cepat, Pembeli mendapatkan kemudahan dalam melakukan pemesanan, sharing tingkat kebutuhan dengan pembeli mengenai informasi produk, sharing tingkat kebutuhan dengan pembeli mengenai informasi jadwal pemesanan, sharing tingkat kebutuhan dengan pembeli mengenai informasi proses pemesanan, sharing tingkat kebutuhan dengan pembeli mengenai informasi pengantaran pesanan.

Adapun faktor yang mendominasi kerelasian dengan pembeli yang dilakukan Wirausahaan adalah sharing tingkat kebutuhan dengan pembeli mengenai informasi proses pemesanan. Pada umumnya faktor kerelasian dengan pemasok yang dilakukan pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dalam rangka mengurangi pengangguran dan kemiskinan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kerelasian dengan pemasok yang dilakukan para pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti menyediakan asisten bahan baku kepada pemasok, membuat kontrak jangka panjang dengan pemasok, Memberikan (sharing) informasi harga kepada pemasok utama, Memerlukan sharing informasi harga dari pemasok, dan investasi bersama (joint investment) dengan pemasok. Adapun faktor yang mendominasi kerelasian dengan pemasok yang dilakukan Wirausahaan adalah memerlukan sharing informasi harga dari pemasok.

1. Pada umumnya faktor kerelasian dengan produk komplementer yang dilakukan pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dalam rangka mengurangi pengangguran dan kemiskinan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa dengan produk komplementer, yaitu



Gambar 2. Empiris Orientasi Kewirausahaan (*Standardized Model*)Dimana:

OK = Kewirausahaan

KP = Kerelasiaan Pembeli

KK = Kerelasiaan Pemasok

KPK= Kerelasiaan Produk Komplementer

KB = Kinerja Bisnis Wirausaha

sebesar 0.91 atau dengan kontribusi 82%. Sementara besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap korelasi pembeli hanya sebesar 0.87 atau dengan kontribusi 75%, dan besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap korelasi dengan pemasok hanya sebesar 0.90 atau dengan kontribusi sebesar 81%. Sehingga semakin meningkat/ baik orientasi kewirausahaan Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi maka akan semakin meningkatkan tingkat korelasi dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi.

2. Korelasi dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer secara simultan berpengaruh terhadap kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 81% dengan arah positif. Secara parsial korelasi dengan produk komplementer dominan mempengaruhi kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, dibandingkan dengan faktor korelasi dengan pembeli dan korelasi dengan pemasok. Sehingga dengan melihat dari dominasi pengaruh korelasi dengan produk komplementer maka semakin baik korelasi dengan produk komplementer maka akan mengakibatkan meningkatnya kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi.

SIMPULAN

Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap korelasi dengan pembeli, korelasi dengan pemasok, dan korelasi dengan produk komplementer Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Namun orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang paling tinggi adalah terhadap korelasi komplementer yang dilakukan para pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti berbagi info secara informal mengenai permintaan pasar dengan perusahaan produk pelengkap, berbagi info secara formal mengenai model bisnis yang akan dipasarkan, melakukan pembuatan produk bersama dengan perusahaan produk pelengkap, melakukan komunikasi dengan perusahaan produk pelengkap mengenai kebutuhan asesoris bisnis pada masa yang akan datang, membangun tingkat kepercayaan dengan perusahaan produk pelengkap, dan membangun sistem informasi yang saling kompatibel. Adapun faktor yang mendominasi korelasi dengan produk komplementer yang dilakukan wirausaha adalah berbagi info secara informal mengenai permintaan pasar dengan perusahaan produk pelengkap. Pada umumnya kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dalam rangka mengurangi pengangguran dan kemiskinan berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja bisnis para pengusaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti peningkatan volume penjualan, peningkatan pertumbuhan penjualan, kenaikan profit, dan peningkatan pertumbuhan konsumen. Adapun faktor yang mendominasi kinerja bisnis para pengusaha adalah faktor pada peningkatan volume penjualan.

Korelasi dengan pembeli, pemasok, dan produk komplementer secara simultan berpengaruh terhadap

kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi. Adapun besarnya pengaruh adalah sebesar 81% dengan arah positif. Secara parsial korelasi dengan produk komplementer dominan mempengaruhi kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi, dibandingkan dengan faktor korelasi dengan pembeli dan korelasi dengan pemasok. Sehingga dengan melihat dari dominasi pengaruh korelasi dengan produk komplementer maka semakin baik korelasi dengan produk komplementer maka akan mengakibatkan meningkatnya kinerja bisnis Wirausaha di Kabupaten Garut dan Sukabumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi. 2003. Psikologi Umum. Jakarta: Rineka Cipta.
- AdiSusanto. 2002. Kewiraswastaan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Aik Tachri. 2007. Kunci Sukses Wirausaha Melalui Pengenalan Diri dan Lingkungan Usaha. Dalam Majalah Ilmiah Universitas Winaya Mukti No. 1 Vol. 19 Oktober 2007 Hal. 41
- Andreas Harefa. 2004. Inovasi kewirausahaan untuk Semua orang. Jakarta: Gramedia pustaka Utama.
- Arman Hakim Nasution, Bustanul Aripin, dan Mokh. Suf. 2007. Entrepreneurship membangun Spirit Teknopreneurship. Yogyakarta : Andi.
- Bruce, Anne. 2004. How to Motivate Every Employee. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Buchari Alma. 2006. Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung, Alfabeta.
- Clements, P. 1996. Bersikap Positif. Panduan Bagi Para Manajer. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ciputra. 2009. Ciputra Quantum. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Coulter, Mary. 2000. Entrepreneurship in Action. USA: Prentice Hall
- Djumhana Purwanegara. 2007. Pola Kemitraan PT. Perkebunan Nusantara VIII (Persero). Makalah Seminar Pola Kemitraan KUKM dalam Rangka Pembinaan, Pendampingan dan Peningkatan Ekonomi Nasional. LJB, Bandung
- Drucker, Peter F. 2002. The Discipline of Innovation in HRB on the Innovative Enterprise. Boston: Harvard Business School Press.
- Hendro. 2005. How to Become A Smart Entrepreneur and to Start a New Business. Yogyakarta : Andi.
- Gagal itu Penting. 1999. dalam Majalah Manajemen No. 128 Bulan April 1999 Hal 18-20.
- Iversen, Tor and Hilde Luras. 2000. Economic motive and Profesional Norms: the Case of General Medical Practise. Journal of Economic & Organization Vol. 43 (2000) 447-470. melalui <<http://www.elsevier.com/locate/econbase>> (02/23/2000).

- Joko Sutrisno. 2003. Pengembangan Pendidikan Berwawasan Kewirausahaan Sejak Usia Dini. Jakarta : Depdiknas.
- Kao, Raymond W.Y. 1997. An Entrepreneurial Approach to Corporate Management, Singapore : Prentice Hall.
- Kliser, Grenville. 1986. Membina Kepribadian Wiraswasta. Pioner Jaya, Bandung.
- Kuratno, Donald F. and Richard M. Hodgetts. 2004. Entrepreneurship: Theory, Process and Practice. Six Edition USA: South Western a division at Thomson Learning.
- Kuriloff, Athur H, Johan Memphie, and Doglas Cloud. 1993. Starting and Managing to small Business. Third Edition. New York : McGraw.
- Leete, Laura. 2000. Wage Equity and Employee Motivation in Non Profit and For Profit Organization. Journal of Economic & Organization Vol. 43 (2000) 423 – 446. melalui <[http:// www.elsevier.com/locate/econbase](http://www.elsevier.com/locate/econbase)> (07/05/2000)
- Lilly H. Setiono. 2003. Mentalitas Wirausahawan. <[http://www E.psikologi.com/ konseling. profil. Htm](http://www.E.psikologi.com/konseling.profil.Htm)> (10/06/03).
- Longnecker, Justin G., Carlos W. Moore dan J. William Petty. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha kecil. Tejemahan Thomson Learning. Jakarta, Salemba Empat.
- Mahli Sembiring. 1997. 6 Kiat Menjadi Wirasasta. PT. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Melchers, J. M. 1994. Dibutuhkan Suatu Perubahan Sikap. Majalah Prisma Nomor 9 Bulan Oktober 1994. 8-12.
- Mueller, Daniel J. 1996. Mengukur Sikap Sosial. Terjemahan Eddy Suwardi Kartawidjaja, Jakarta: Bumi Aksara.
- Meredith, Geoffrey, G. 2005. The Practice of Entreprenership. Genewa: Internatinal labor Organization.
- Pietra Sarosa. 2006. Langkah Awal Menjadi Entrepreneur Sukses. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pilar Analisis Ekonomi dan Bisnis. Kemitraan dalam bentuk lain. Dalam Majalah Pilar Ekonomi dan Bisnis No. 20 Tahun I 20 Oktober 1998 Hal 50-52.
- Porter, Michael E, 1994. Keunggulan Bersaing Menciptakan dan memper-tahankan Kinerja Unggul. Terjemahan Tim Penerjemah Binarupa Aksara. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Priosambodo, E. 1998. Pengusaha Kecil Lokomotif di tengah Krisis. (Artha Print Sejati, Jakarta) Majalah Pilar No. 20 tahun 1998.
- Pusat elatihan Koperasi. 1995. Keworausahaan dengan Semangat 17-8-45. Puslatkop, Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi dan Jero Wacik. 1998. Wawasan Kewirausahaan. Cara Mudah menjadi Wirausaha. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rohmadi Rusdi. 1995. Menjadi Wiraswata Mandiri. CV. Rusdi Setia Karya. Kedu.
- Ropke, J. 1995. Kewirausahaan Koperasi. Terjemahan Yuyun Wirasmita. Jatinangor-Sumedang : Ikopin.
- Ropke, J. 2004. On Creating Entrepreneurial Energy in the Ekonomi Rakyat the case of Indonesian Cooperatives. (ISEI, Bandung) Jurnal Ekonomi Kewirausahaan. Volume III. No. 2. bulan Juli 2004. : 43 – 61.
- Schwartz, David J. 2002. Berpikir dan Berjiwa Besar. Binarupa Aksara, Batam.
- Shaw, Marvin E. dan Philip R. Costanzo. 2006. Teori-Teori Psikologi Sosial. Terjemahan Sarlito Wirawan Sarwono. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryana. 2003. Kewirausahaan. Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Thoby Muthis. 1995. Kewirausahaan yang Berproses. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Totok S. Wiryasaputra. 2004. Entrepreneur: Anda Merdeka jadi Bos. Jakarta: Tridharma Manunggal.
- Tri Dayakisni dan Hudaniah. 2003. Psikologi Sosial. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yuyun Wirasmita. 1999. Pemikiran Kewirausahaan, Kreativitas, Inovasi dan kewirausahaan. Bandung: Laboratorium Manajemen. Fakultas Ekonomi Unpad.
- Yuyun Wirasmita. 2003. Pembangunan Ekonomi dan Kewirausahaan. Dalam Sutystie Soemitro, Armida SA, Rina Indisatuti, Ferry Hadiyanto (Editor). Analisis Ekonomi Jawa Barat . Bandung : Unpad Press.
- Yuyus Suryana dan Kartib Bayu. 2013. Karakteristik Wirausaha yang Sukses. Edisi II. Prenada Utama. Bandung.
- Zurbrigen. E. L. 2000. Social Motive and Cognitive Power Assosiation. Jurnal of Personality and Social Psychology 78.3. 559-581.